

TRUSCO®

トラスコ中山株式会社

2022年12月 通期決算説明会

2023年2月9日

イベント概要

[企業名]	トラスコ中山株式会社
[企業 ID]	9830
[イベント言語]	JPN
[イベント種類]	決算説明会
[イベント名]	2022 年 12 月 通期決算説明会
[決算期]	2022 年度 通期
[日程]	2023 年 2 月 9 日
[ページ数]	46
[時間]	15:30 – 17:00 (合計：90 分、登壇：49 分、質疑応答：41 分)
[開催場所]	インターネット配信
[会場面積]	
[出席人数]	109 人
[登壇者]	6 名 代表取締役社長 中山 哲也 (以下、中山) 取締役 経営管理本部 本部長 兼 デジタル戦略本部 本部長 数見 篤 (以下、数見)

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



経理部 部長	森 徹宏 (以下、森)
経営企画部 部長	下津 敦嗣 (以下、下津)
経営企画部 広報 IR 課 課長	富士谷 美貴 (以下、富士谷)
経営企画部 広報 IR 課	高橋 実花 (以下、高橋)

サポート

日本	050-5212-7790	米国	1-800-674-8375
フリーダイヤル	0120-966-744	メールアドレス	support@scriptsasias.com



登壇

高橋：お待たせいたしました。ただ今より、トラスコ中山株式会社、令和4年12月期決算説明会を開催いたします。皆様、お忙しい中ご参加いただきまして誠にありがとうございます。本日、司会を務めます広報 IR 課の高橋実花と申します。

本日は、会場開催とオンラインのハイブリッド開催を実施いたします。それでは、まず初めに出席者を紹介いたします。代表取締役社長、中山哲也でございます。

中山：お願いいたします。

高橋：取締役、経営管理本部本部長兼デジタル戦略本部本部長、数見篤でございます。

数見：数見です。よろしく申し上げます。

高橋：経理部部长、森徹宏でございます。

森：お願いいたします。

高橋：経営企画部部长、下津敦嗣でございます。

下津：下津でございます。よろしく申し上げます。

高橋：広報 IR 課課長、富士谷美貴でございます。

富士谷：富士谷と申します。よろしく申し上げます。

高橋：よろしく申し上げます。

続きまして、本日の進行を簡単にご案内いたします。初めに決算概要を私、高橋よりご説明し、続きまして社長、中山より当社の取り組みについてご説明いたします。ご説明終了後、質疑応答のお時間とし、質疑応答終了後、説明会を終了いたします。お時間は1時間程度を見込んでおります。

今回の質疑応答につきましては、会場の皆様、オンライン参加の皆様の順にお答えさせていただきます。また、今回の説明会の様子は後日、当社公式 YouTube チャンネルにて公開いたします。

それでは、決算概要についてご説明いたします。画面にも資料を投影いたしますが、資料は当社ホームページ上でもダウンロード可能ですのでぜひご活用ください。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



第60期 連結経営成績

	令和3年(2021)12月期 通期		令和4年(2022)12月期 通期			
	実績	構成比	実績	構成比	前年比	予算比
売上高	2,268億33百万円	-	2,464億53百万円	-	+8.6%	+1.2%
売上総利益	476億70百万円	21.0%	521億60百万円	21.2%	+9.4%	+0.9%
販売費及び 一般管理費	346億73百万円	15.3%	374億93百万円	15.2%	+8.1%	+0.1%
(うち減価償却費)	69億29百万円	3.1%	66億67百万円	2.7%	△3.8%	△2.7%
営業利益	129億97百万円	5.7%	146億67百万円	6.0%	+12.8%	+2.9%
経常利益	135億55百万円	6.0%	150億65百万円	6.1%	+11.1%	+3.2%
親会社株主に帰属する 当期純利益	115億96百万円 <small>不動産の売却を行ったため、約34億円が 特別利益として計上されています</small>	5.1%	106億26百万円	4.3%	△8.4%	+6.7%
1株当たり 当期純利益	175円86銭	-	161円15銭	-	△14円71銭	+10円11銭
1株当たり 配当金	35円50銭	-	40円00銭	-	+4円50銭	+2円00銭
P B売上高	434億45百万円	19.2%	458億76百万円	18.6%	+5.6%	△1.6%
設備投資額	87億99百万円	-	47億99百万円	-	-	-

令和3年12月期の各数値については、会計方針の変更に伴い遡及適用が行われたため、遡及適用後の数値を記載しております。

© 2023 TRUSCO NAKAYAMA Corporation

3

それでは初めに、経営成績についてご説明いたします。3ページ目をご覧ください。

第60期連結、売上高 2,464 億 5,300 万円、前年比プラス 8.6%、予算比プラス 1.2%。売上総利益 521 億 6,000 万円、前年比プラス 9.4%、予算比プラス 0.9%。

販売費及び一般管理費 374 億 9,300 万円、前年比プラス 8.1%、予算比プラス 0.1%。うち減価償却費 66 億 6,700 万円、前年比マイナス 3.8%、予算比マイナス 2.7%。

営業利益 146 億 6,700 万円、前年比プラス 12.8%、予算比プラス 2.9%。経常利益 150 億 6,500 万円、前年比プラス 11.1%、予算比プラス 3.2%。親会社株主に帰属する当期純利益 106 億 2,600 万円、前年比マイナス 8.4%、予算比プラス 6.7%。

1株当たり当期純利益 161 円 15 銭、前年比マイナス 14 円 71 銭、予算比プラス 10 円 11 銭。1株当たり配当金 40 円、前年比プラス 4 円 50 銭、予算比プラス 2 円。

プライベートブランド商品売上高 458 億 7,600 万円、前年比プラス 5.6%。設備投資額は 47 億 9,900 万円となりました。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

■第60期 決算ダイジェスト

<実績>

売上高:2,464億53百万円(前年比+8.6%) 販管費:374億93百万円(+8.1%)

営業利益:146億67百万円(前年比+12.8%)

- ・ユーザー様直送やMROストッカーの取組み強化により、eビジネスルートをはじめとした大手得意先様の当社へのルート集約につながり、売上を押し上げました
- ・原材料不足などから、仕入先様の減産や値上げが続く一方で、在庫拡充を継続的に実施し、販売の機会損失を防ぐことで販売量が増加しました
- ・物価高による生活支援としての従業員への臨時賞与の支給や水道光熱費の上昇により、販売管理費が押し上がった一方で、全社レベルで、残業、備品購入など経費削減の取組みを実施しました(約5億円)
- ・結果として、売上および各種利益項目についても期初の計画を達成しました

続いて、4 ページ目をご覧ください。

決算ダイジェストとしましては、ユーザー様直送や、MRO ストッカーの取組み強化により、e ビジネスルートをはじめとした大手得意先様の当社へのルート集約につながり、売上高を押し上げました。

また、原材料不足などから仕入先様の減産や値上げが続く一方で、在庫拡充を継続的に実施し、販売の機会損失を防ぐことで販売量が増加しました。

物価高による生活支援としての従業員への臨時賞与の支給や、水道光熱費の上昇により販売費及び一般管理費が押し上がった一方で、全社レベルで残業、備品購入など経費削減の取組みを実施しました。結果として、売上高及び各種利益項目についても期初の計画を達成しました。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

第60期 セグメント別経営成績

販売ルート	令和3年(2021)12月期			令和4年(2022)12月期					
	売上高		売上総利益率	売上高				売上総利益率	
	実績	構成比	実績	実績	構成比	前年比	予算比	実績	前年比
ファクトリールート	1,623億79百万円	71.6%	20.5%	1,706億06百万円	69.2%	+5.1%	△0.7%	21.2%	+0.7pt
eビジネスルート	443億93百万円	19.6%	23.5%	515億76百万円	20.9%	+16.2%	+3.0%	22.1%	△1.4pt
ホームセンタールート	183億66百万円	8.1%	18.6%	221億62百万円	9.0%	+20.7%	+13.9%	17.4%	△1.2pt
海外ルート	16億94百万円	0.7%	33.0%	21億08百万円	0.9%	+24.4%	△2.6%	35.8%	+2.8pt
全社合計	2,268億33百万円	100%	21.0%	2,464億53百万円	100%	+8.6%	+1.2%	21.2%	+0.2pt

令和3年12月期の各数値については、会計方針の変更に伴い遡及適用が行われたため、遡及適用後の数値を記載しております

© 2023 TRUSCO NAKAYAMA Corporation

5

次に、5 ページ目をご覧ください。セグメント別実績についてです。

ファクトリールート売上高 1,706 億 600 万円、前年比プラス 5.1%、予算比マイナス 0.7%。e ビジネスルート売上高 515 億 7,600 万円、前年比プラス 16.2%、予算比プラス 3.0%。ホームセンタールート売上高 221 億 6,200 万円、前年比プラス 20.7%、予算比プラス 13.9%。海外ルート売上高 21 億 800 万円、前年比プラス 24.4%、予算比マイナス 2.6%となりました。

第60期 設備投資について

第60期 投資実績: 47億99百万円

(単位: 億円)

デジタル 11.8	土地、建物 28.9	設備 7.2
--------------	---------------	-----------

第60期 設備投資詳細

(単位: 百万円)

令和4年(2022) 主な設備投資 内訳		令和4年(2022) 投資実績額
システム	商品データベース「ステラ」刷新 (今期実績: 3.2億円)	1,180
	物流センターネットワーク強化[7拠点] (今期実績: 1.6億円)	
建物	プラネット東関東 パレット自動倉庫棟新築工事 (今期実績: 12.3億円)	2,494
	堺ストックセンター(大阪)新築工事 (今期実績: 7.2億円)	
土地	プラネット新潟 建設用地 (今期実績: 3.9億円)	400
設備	プラネット埼玉パレタイズロボット導入 (今期実績: 1.4億円)	724
	その他 ハンディターミナル(物流携帯端末)リプレイス、プラネット東北I-Pack仕様変更など	
年間設備投資額		4,799

※設備投資詳細の金額についてはキャッシュアウトベースにて記載しております

© 2023 TRUSCO NAKAYAMA Corporation


6

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

次に、6 ページ目をご覧ください。

設備投資につきましては、仕入先様との在庫連携サイト、POLARIO の改修や在庫拡充を目的とした物流センター、プラネット東関東のパレット自動倉庫棟新築、堺ストックセンターの新築などにより、47 億 9,900 万円となりました。



■第60期 販売費及び一般管理費

実績・・・374億93百万円(前年比+28億20百万円)

単位:百万円

勘定科目	令和3(2021)	令和4年(2022)	
	12月期 実績	12月期 実績	前年比(%)
給料及び賞与	12,159	13,036	+7.2
運賃及び荷造費	6,782	7,630	+12.5
支払手数料	2,321	2,638	+13.7
旅費及び交通費	472	543	+15.1
水道光熱費	322	537	+66.7
販売費及び一般管理費 合計	34,673	37,493	+8.1

- ・給料及び賞与
生活支援臨時ボーナスの支給(+約5億円)
2022年5月支給
- ・運賃及び荷造費
出荷個口数の増加(+約6億円)
うち、ユーザー様直送の増加(+約3億円)
ユーザー様直送出荷個口数:355万個
(+71万個口)
※ユーザー様直送に係る運賃は、お客様にご負担
いただいております
- ・水道光熱費
電力電気料金の高騰による増加(+約2億円)

© 2023 TRUSCO NAKAYAMA Corporation 7

続いて7 ページ、販売費及び一般管理費についてです。

主な増加要因としましては、上期に物価高騰などの社会情勢を踏まえた生活支援として、従業員への臨時ボーナスの支給を行いました。また、売上高増加に伴い、運賃及び荷造費が前年比プラス 12.5%となりましたが、増加要因である路線便出荷につきましては売上高に計上し、お客様にご負担いただいております。

また、電気料金の値上げ等により、水道光熱費も前年比プラス 66.7%となりましたが、全社レベルで経費削減の取り組みを実施し抑制を行った結果、前年比プラス 8.1%、374 億 9,300 万円となりました。

第 60 期業績説明については以上です。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

■第61期 連結経営計画

単位：百万円

	令和4年(2022) 12月期 実績	構成比 (%)	令和5年(2023) 12月期 計画	構成比 (%)	前年比 (%)
売上高	246,453	—	265,090	—	+7.6
売上総利益	52,160	21.2	55,350	20.9	+6.1
販売費及び一般管理費	37,493	15.2	39,650	15.0	+5.8
(うち、減価償却費)	6,667	2.7	6,397	2.4	△4.1
営業利益	14,667	6.0	15,700	5.9	+7.0
経常利益	15,065	6.1	15,970	6.0	+6.0
親会社に帰属する 当期純利益	10,626	4.3	10,920	4.1	+2.8
1株当たり配当金	40円00銭	—	41円50銭	—	+1円50銭

次に 8 ページ、今期の業績予想についてご説明いたします。

なお、令和 4 年 12 月期の期首より収益認識に関する会計基準等を適用しております。第 61 期連結売上高 2,650 億 9,000 万円、売上総利益 553 億 5,000 万円、販売費及び一般管理費 396 億 5,000 万円、営業利益 157 億円、経常利益 159 億 7,000 万円、親会社に帰属する当期純利益 109 億 2,000 万円、1 株当たり配当金 41 円 50 銭、以上の計画でございます。

ルート別の売上高につきましては、別紙の決算データ分析資料をご確認ください。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

■第61期 販売費および一般管理費について

第61期予想:396億50百万円 主な内訳は下記 ()前年比

増加要因

(1)運賃荷造費 85億79百万円(+12.4%)

①売上高増加による出荷個数増加予想

②輸送コストの高騰予想

※ユーザー様直送に係る運賃は、お客様にご負担いただいております

(2)従業員給与及び賞与 133億55百万円(+2.5%)

①ロジスコース賞与増加

②2023年度新入社員:82名

減少要因

減価償却費 63億97百万円(△4.1%)

前期に大型投資が少なかったことにより、微減

続きまして9ページ、第61期販売費及び一般管理費についてです。

売上高増加により出荷量が増加することや、各セグメントでのユーザー様直送サービスの拡大、輸送コストの高騰を予想しているため、運賃及び荷造費は前年比プラス12.4%、約24億4,600万円の増加を予想しております。

また、ロジスコース賞与増加、新入社員の採用により、従業員給与及び賞与は前年比プラス2.5%、約1億6,000万円の増加を予想しております。

一方で、前期に大型の投資が生じなかった影響により、減価償却費が前年比マイナス4.1%、約2億7,000万円減少いたします。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

第61期 設備投資について

第61期 投資計画: 137億55百万円

(億円)

デジタル	土地、建物	設備
28.6	69.0	39.8

①商品データベース「ステラ」構築
商品データベースの更なる拡充のため、既存の「ステラ」の刷新を行います。
「ステラ」を刷新することにより、得意先様・仕入先様の販売拡大にお役に立つツール情報を多く保有し、早く・簡単に利用できる環境を実現します。

今期投資予定額: 約9.3億円(デジタル)
総投資額: 約13.3億円

TRUSCO. 商品データベース

Sterra

© 2023 TRUSCO NAKAYAMA Corporation

②プラネット愛知 新設投資
品揃えの強化(100万SKU)と「最速」「最短」「最良」のサービスを実現するとともに高効率な物流センターを目指します。

今期投資予定額: 約54億円(建物)
総投資額: 約288億円



③プラネット愛知 物流設備
今期投資予定額: 約23億円(設備)

④プラネット東関東 パレット自動倉庫
パレット自動倉庫を設置することで、あらたに4,556パレットの収納が可能となります。商品拡充による即納体制を強化します。
収納効率: 3倍

今期投資予定額: 約3.3億円(設備)



10

続いて10ページ、今期の設備投資についてです。

今期の設備投資については約137億円を予想しております。今後のさらなる商品データ拡充を見越し、社内の商品データベース、ステラの刷新を行います。また、現在進行中のプラネット愛知につきましても、建物の建設や設備の導入が始まる見込みです。

また先ほどもお伝えしましたが、物流センタープラネット東関東のパレット自動倉庫棟新築や、新築した堺ストックセンターにパレット自動倉庫を導入することで、即納体制の強化に努めてまいります。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

3か年経営計画

投資計画の成果を見える化し、成果をより確実なものとするため3か年計画を策定しました。2026年のプラネット愛知の稼働を見据え、プラットフォーム戦略である「TRUSCO HACOBUne」をはじめとしたお客様の利便性向上につながる施策を実行し、本計画の達成を目指してまいります (単位:百万円)

	第60期 (2022) 12月期実績	前年比 (%)	第61期 (2023) 12月期計画	前年比 (%)	第62期 (2024) 12月期計画	前年比 (%)	第63期 (2025) 12月期計画	前年比 (%)
売上高	246,453	+8.6	265,090	+7.6	284,000	+7.1	304,200	+7.1
売上総利益率 (%)	21.2	+0.2	20.9	△0.3	20.9	±0.0	20.9	±0.0
販売費及び一般管理費	37,493	+8.1	39,650	+5.8	41,500	+4.7	43,500	+4.8
(内 減価償却費)	6,667	▲3.8	6,397	▲4.1	6,115	▲4.4	5,239	▲14.3
営業利益	14,667	+12.8	15,700	+7.0	17,800	+13.4	20,100	+12.9
経常利益	15,065	+11.1	15,970	+6.0	18,200	+14.0	20,500	+12.6
当期純利益	10,626	▲8.4	10,920	+2.8	12,417	+13.7	13,987	+12.6
1株当たり配当金	40円00銭	+4円50銭	41円50銭	+1円50銭	47円50銭	+6円00銭	53円00銭	+5円50銭
ユーザー様直送個口数 (個口)	3,556,388	+25.4	4,400,000	+23.7	5,300,000	+20.5	6,300,000	+18.9
MROストックカー導入数 (件)	775	+446	1,000	+225	1,500	+500	2,000	+500
在庫アイテム数 (SKU)	562,026	+62,062	595,000	+32,974	645,000	+50,000	695,000	+50,000
トラスコ オレンジブック.Com 公開アイテム数 (SKU)	3,167,188	+406,301	4,200,000	+1,032,812	5,400,000	+1,200,000	6,600,000	+1,200,000
主な投資・取組み	<ul style="list-style-type: none"> ・「荷合わせ」と「ユーザー様直送」の取組み強化 ・「MROストックカー」、「直治部」のPR強化 ・ユーザー様の購買システムと連携 (MROストックカー2.0) ・商品データベースを大幅強化 (Sterra2.0) ・得意先様の業務効率化・利便性向上 (オレンジブック.Com2.0) ・商品の選定~到着まで一連の体験価値提供 (ECクロス) ・類似品検索機能 ・得意先様の業務効率化・利便性向上 (オレンジブック.Com2.0) ・倉内マネジメントの高度化 (GMS) 							

※本計画は現時点で入手している情報を基に策定しており、事業環境の変化に応じて都度変更する可能性があります

続きまして、今期より投資計画の成果を見える化し、成果をより確実なものとするため、3か年計画を策定いたしました。

第63期の計画をご覧ください。第63期は3,000億円を超える連結売上高、営業利益率6.6%、経常利益6.7%を計画しております。

引き続き在庫アイテム数、商品データの拡充、また荷合わせとユーザー様直送サービス、MROストックカーなどお客様の利便性向上と環境負荷軽減を実現するサービス、また2026年のプラネット愛知の稼働を見据え、プラットフォーム戦略であるTRUSCO HACOBUneをはじめとしたお客様の利便性向上につながる施策を実行し、本計画の達成を目指してまいります。

続きまして、代表取締役社長の中山より当社の取り組みについてご説明いたします。中山社長、よろしく願いいたします。

中山：はい。改めまして、中山でございます。どうぞよろしく願いいたします。

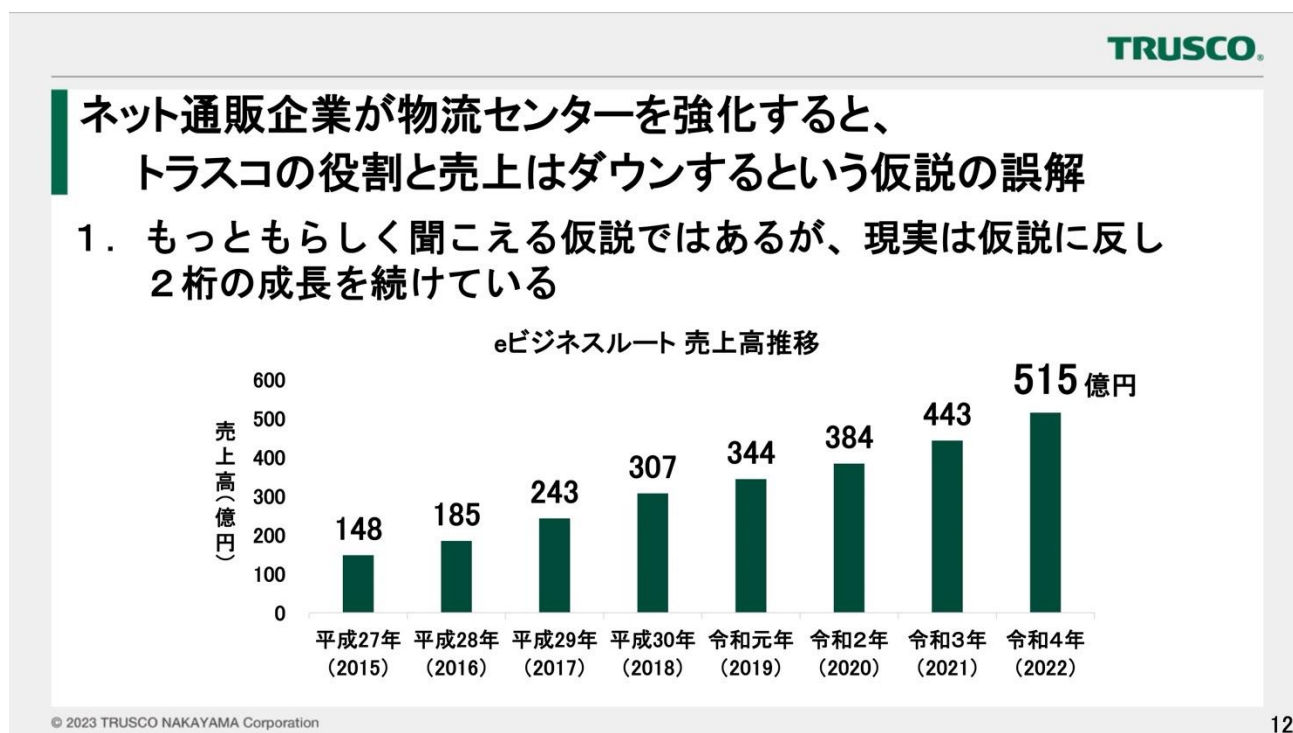
3か年計画を申し上げた直後から、こんな話もなんですけど、われわれの会社っていうと、実は目標っていうと、一般的にはこういう数字目標、数値目標ということで売上が幾らになるとか、利益を幾らにするっていう目標が立つわけなんですけど。実は私どもの会社っていうのは、その数字よりもどんな能力を持つかという能力目標っていうのを優先する、ちょっと珍しい会社でございます。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

例えばどんなことかっていうと、今、在庫アイテムが56万アイテムを超えてまいりましたけど、2030年には在庫100万アイテムを持てる会社になろうとか、もしくは24時間365日受注ができる、もしくは出荷ができる、そういう会社になろうとか。どちらかという数字の目標よりはどんな能力を持った会社になるかが優先する、ちょっと変わった会社でございます。

そのためにいろいろな投資を每期、每期、続けておるわけでございます。外部から見ますと、投資するのはいいけど、ちゃんと実績に反映するのとか、こういう疑問が生じるということで、やむにやまれず3か年計画を作ったということで、3年後の売上なんてなかなか分かんないですよ。多分、皆さん方の会社でも3か年先の数字作っても、本当にできるんかっていわれたら、皆さん、首をかしげられるのかなと思います。いずれにしましても一応、一つの目安ということで見ていただきたいと思います。



それでは今、ここに出ております通り、ネット通販企業が物流センターを建設しますと、必ず皆さん方の頭に思い起こすのは、きっとトラスコの役割が減って売上はガタ減りするだろうという予想が、ほぼ、ここにおられる皆さんの頭に浮かぶんじゃないかなと。今日はそれにつきまして、そういった誤解を解くための少しお話をしたいということでございます。

最ももらしく聞こえる仮説なんですけど、現実はその仮説に反しましてご覧いただいております通り、ずっと右肩上がりで一応2桁成長をしておるところでございます。

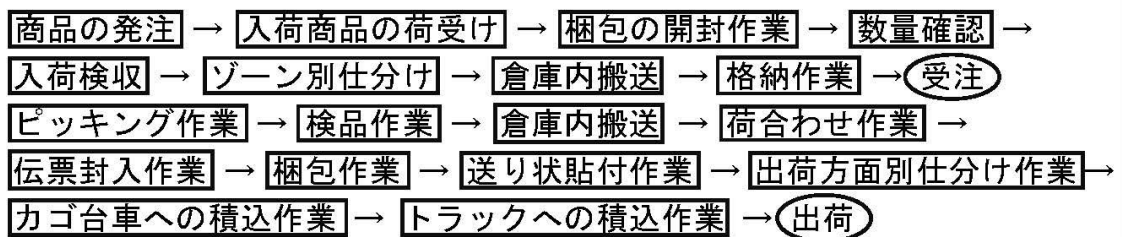
サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

この間にモノタロウさんは巨大物流センターも立てておられます。Amazon さんも非常に大きなセンターも立てておられますが、全くそういうことはわれわれの業績には関係なく、伸ばさせていたでいるのが実態というところからまず入っていただきたいと。

2. その理由は

- (1) 自社物流センターを介さず、納入業者にドロップシップで発送した方がコストダウンにつながるからである
- (2) できる限り商品にさわる回数を減らすことが、コストダウンへの早道となる
- (3) 自社在庫を活用すると、



これらの作業以外にも、納品書の管理、請求書確認作業、支払作業も加わる

その理由をこれから申し上げます。まず一つ目、物流センターを介さず、納入業者にドロップシップで発送したほうがコストダウンにつながるからである。

これ要約しますと、Amazon さんにしろ、モノタロウさんにしろ、ご自分のところの物流センターから出荷するよりもわれわれのような納入業者でドロップシップ、ですから発注をされたユーザー様に直接送る能力を持った会社にデータだけ飛ばしますと、もう自分のところは何もせずに勝手に商品を送ってくれて、勝手に売上が上がると、非常にこういう簡便なことだということです。

そういうことですので、モノタロウさん、Amazon さんは、これ以外も他の会社さんもそうですが、物流センターを作ってもわれわれの発注が止まっていないのが実は実態だということです。

そのネット通販業者さんの肝はできるだけ商品に触らない、これが肝なんです。何か自分のところのセンターができれば、自分のところの在庫から出荷したほうが得だって、こういう思い込みがあるかも分かりませんが、実はそうじゃなくて、できるだけ商品に触らず商売をやっちゃうというのが大事だと。

それはどういうことかっていうと、この3番目の3ですが自社在庫を活用すると、ということていろいろ書かせていただきました。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

まず自社の在庫ということになれば、発注をしなくちゃいけない、それから発注しますと荷物が来るんですけど、言葉でいうのは簡単ですけど大量の荷物が物流センターの入り口に積み上げられます。それを開封したりとか、いわゆる荷さばき、荷ほどきするのも大変な手間でございます。

それから、その箱の中から出てきた商品を伝票と数量が合ってるか、いわゆる数量確認、それが終わると今度は入荷検収をしなくちゃいけないとか、もしくは在庫をどこのゾーンに置くか仕分けをしなくちゃいけない。それから倉庫の中を運ばなくちゃいけない、それから棚へ商品を直さなくちゃいけない。こういう、単純に仕入一つとってもそれだけの手間がかかってくる。

受注をされますと、今度は受注データに基づいてピッキング作業があって、それからピッキングした商品が本当に正しいかという検品作業をしたりとか、それから倉庫内を搬送する。それからに荷合わせという1人のお客さんが二つ頼んだらそれをできるだけ重ねて送るようにするんですけど、そういった荷合わせという作業、こういうことが必要。

それから伝票を封入しなくちゃいけない、それから梱包をしなくちゃいけない、それからどこどこ様っていう送り状を貼らなくちゃいけないとか。それから出荷方面別ですね、九州なのか、四国なのか、どこなのかを別としてそういう仕分けをしなくちゃいけない。それから仕分けしたやつをカゴ台車に積んで。それから最後、トラックにガンと積み込んでドアを閉めれば行ってらっしゃいってということですが、非常に手間です。

大量の人手を使ってということでございます。こういった作業以外にも自分たちで物を買々と納品書が入ってきます。その納品書の管理をしなくちゃいけないとか、請求書が正しいか、そういった確認。それから支払の作業が入るといことです。

思いのほか、大量の邪魔くさい仕事がいっぱいあるということで、われわれの会社は実はこの邪魔くさい仕事大好きなもんで。いや、本当は嫌いなんですよ。嫌いなんですけど、こういった邪魔くさい仕事をお引き受けできるような仕組みを構築しているということです。

例えば一つ申し上げますと、物を買々と納品書が来て商品が来る。締め日になると請求書が来る。普通感覚でいいますと、その来た納品書と請求書が正しいかというのを確認して、これでよろしければお支払いするっていう作業が入ると思うんですけど。こんな邪魔くさいことをやられてませんので。

われわれはどうしているかっていうと、要は商品が入荷してきたらこの入荷検収っていう、この欄がありますけど、これで入荷のぴゅっと検収をやると自動的に支払もそういった、何て言うか、指示が飛ぶということで。1カ月たつともうその指示を受けた入荷検収の合計額をメーカーさんに払

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



っちゃうということで、われわれはメーカーさんから請求書は一切いただかない、邪魔くさい仕事を1個ずつ減らしてはいつてるんですが、こういうことでございます。

2. その理由は

- (4) 以上のようなことから、
ネット通販企業は、受注データをドロップシップ可能な企業に
発注することが、もっとも合理的でスピーディーなビジネス手法となる
- (5) 巨大物流センターの構築は、ドロップシップ機能を持たない、
持てないメーカー、問屋のためのセンターであると認識すべきである
もちろん、受注頻度の高い商品は在庫対応されている

次のページいきますと、こういった、私がグダグダ言いました以上のようなことから、このネット通販企業さんは受注データをもうドロップシップ企業、これはトラスコでございますが、トラスコにボンと放り投げるだけで合理的にスピーディーにビジネスができる。こういうカラクリがあるということでございます。

だったら、なぜでかい物流センターを作っておられるのかという疑問が出ると思うんです。これはここにも書きました通り、そのドロップシップできない会社が世の中ほとんどなんです。われわれ今、簡単にこれを申し上げましたけど、われわれ同業でそういうユーザーさん向けのドロップシップをできる会社があるかっていうと、ほぼゼロでございます。

そういうことから、そういう物流センターはそういう物流機能、ドロップシップの機能を持たない、持てない、そういった会社のためのセンターである、こんな認識をしていただければなと思います。

ここには書いておりませんが、併せて皆さん方に申し上げておきたいのは、よく企業を判断する中でほとんどがPLベースでいろいろ判断されるんですけど、これも大事です。売上と利益っていうのは大事ですけど、もう一つはやっぱりBSをしっかり見ていかないと、その会社がどんな力を

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

持っているとか、どういうところに力点を置いてるっていうことが見えないと思います。PL プラス BS でちゃんと企業を分析する、ちょっとそういったこともお願いしておきたいなと思います。

TRUSCO.

問屋による「荷合わせ」と「ユーザー様直送」が環境負荷軽減につながる

ニアワセ前…

荷受けの手間・
段ボール処理の手間
また、通販企業様の
運賃・梱包資材・配送
の手間が発生

ニアワセ後…

複数の商品を
「ニアワセ」して
直送することで、
手間・環境負荷を
軽減

© 2023 TRUSCO NAKAYAMA Corporation 15

愚痴はこれくらいにしておきまして、次にまいります。荷合わせとユーザー様直送ということで、あまり荷合わせなんて、そういう単語はちょっと聞き慣れないかと思いますが、まさしく荷物を合わせるということなんです。これが非常に環境の助けになるということでございます。

今日はこれ、私、箱を持ってきました。Amazonさんの箱ですね。何が入ってたかっていうと、去年の夏に20年ぶりぐらいに車をいっぺん洗車しようかなと思って、洗車用品をAmazonさんに発注しました。頼んだのは確か5品目ぐらいだった、ブラシとかシャンプーとかスポンジとか。

ところが来たのはこの箱四つ、でかい箱が来ましてね。まあ、受け取るのは大変だし、この箱に1個ずつ入ってるし、なんとかならんのかということで、この絵の写真の左側、大変ということです。どこの家庭もダンボールの処理は大体お父さんの仕事ですね。奥さんは発注するばかりで、大体、旦那さんの仕事でございます。手間だけじゃなくて非常に環境問題にも大きな負担をかけているのが現在の形です。

何でこんなことになるかご存じですか。ECの事業者さんの優先は、とにかく出荷スピードを上げると、物流センターの中でも同じセンターの中に在庫があっても、置いてある場所が違っているとピックアップして出てくるタイミングは変わってくるわけです。とにかく出てきたら、出てきた指示から全

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

部出荷していけるというのが EC の事業者さんの鉄則なものですから、なかなかこの荷合わせをする作業はちょっと二の次、三の次です。

私ども今、そういうシステムストリーマーというか、荷合わせする装置を持っておりますので、われわれにご注文いただくとできるだけ一つの箱に詰めて送れるやつは一つで送ろうと、こういう今、作業をしてるのがまずこの荷合わせということでございます。できれば、この私の右の写真、にっこりと笑って受け取れる、そういう状況を作ろうということでございます。

続いて、ユーザー様直送もここ数年前から取り組んでおることでございます。ユーザー様直送、あまりピンとこないと思いますんで、一番分かりやすい例でご説明を申し上げます。薬の間屋さんが薬を病院とか薬局に送るんじゃなくて患者さんに送る、これがユーザー様直送という認識を持っていただければ。

ですから、われわれの場合は Amazon さん、モノタロウさん、Amazon とモノタロウさんばかりいっていますが、そういうところへ商品を送るんじゃなくて、Amazon さん、モノタロウさんに発注されたところへ直送する、このサービスが大好評でございます。

TRUSCO.

問屋による「荷合わせ」と「ユーザー様直送」が環境負荷軽減につながる

2022年 出荷個口355万個 売上高238億28百万円
(前年比+71万個) (前年比+57億68百万円)

多種多様大量の在庫
高密度収納機器
高速荷合わせ機器
高速自動梱包出荷ライン

販売店様

ユーザー様

荷受け手間半減
段ボール処理手間半減
配送手間半減
梱包資材半減
運賃半減
環境負荷半減

GOOD DESIGN AWARD
2022年度受賞
業務用システム・サービス

© 2023 TRUSCO NAKAYAMA Corporation

ここに数字、さっきちょっと書いておりましたけど、毎年毎年、相当の数で増えていってございまして、昨年約 355 万個っていう、問屋でこんな数を送る会社ってないと思うんですがこういう状況でございます。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



これは、われわれ同業では一切できないサービスということで、同業者さんに仮にユーザーさん直送できるかっていうと、いや、うちもできますよとはいわれるけど、1日2個、3個、10個ならできるけど毎日1万個以上の荷物を送るなんていうのは非常に至難のわざということで、こういうサービスも今、大好評でございましてね。

先ほどの荷合わせとこのユーザー様直送で環境保全に対する貢献も高めながら、自社のそういう売上の拡大にもつなげていきたいなと思っております。

TRUSCO

究極の即納「MRO ストッカー」

MRO STOCKER

by TRUSCO

GOOD DESIGN AWARD
2021年度受賞
業務用システム・サービス

2022年 累計導入件数 **775件** 商談中：395件、目標月売上高30万円/件 (前年比+446件)

発注不要



配達不要





在庫管理不要



© 2023 TRUSCO NAKAYAMA Corporation17

続いて三つ目、究極の即納 MRO ストッカーということで、MRO っていうのはわれわれの業界用語ではあるんですけど、メンテナンス・リペア・オペレーションということです。工場で使われる消耗用の工具、消耗品関係です。機械とか設備じゃなくて種々雑多ないろいろな商品の事を MRO って呼ぶんですが、これのストッカーを今、設置を始めております。

簡単に申し上げますと、工場の置き薬ならぬ置き工具ということで、工場の現場に棚を置いて、商品についてはそのユーザー様のご指定をされた商品を置くということで、ニーズにマッチした商品を置いていくことをさせていただいております。

現在、全国 775 件の設置が完了しております、商談中も多ございます。ご要望に追いつかないのが今の状況でございます。できれば、これをもっともっと増やしていくと、こういうことなんです。まだ売上の数字的にはまだ非常に小さくて、これから少しやっついこうというところござ

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

いますんで、一応、1件当たり大体月30万円は売れるような仕組みを作っていこうということでございます。

このMROストック、もうユーザーさんにとっては何のリスクもありません。棚から商品から、全部われわれのいわゆる資産でございますので。置かせていただいて、使って、いわゆる買った分だけ納品書がお客さんを通して、販売店を通して入るので、リスクがないので非常に喜んでいただいていると、こういうことでございます。これも今後の新しいMRO、その流通の一つの流れとして少し成長させていきたいなと、このように考えております。

続いて、環境問題について少しお話を申し上げたいと思います。もう昨今、とにかくSDGsやサステナブルや、ああだ、こうだということ非常に口ずさむ方が多いですが、私はSDGsウォッシュ、サステナブルウォッシュ、口でいってはるほど、実はあまり中身、大したことないなともよく感じております。

特にテレビ局、日中のテレビではSDGsなんかやってるんです。私、結構早寝早起きで、早朝早いときは夜中2時半ぐらいに起きてますし、大体4時には起きるんです。テレビをつけると、ろくな番組とはいませんが、別に放送しなくていいだろうと思われる番組がいっぱいやっていて、SDGsを語るなら、とにかく深夜の放送をやめてしまったらいいじゃないかとね。

だって、テレビつけるのにも電気はあるし、放送するのに電力はあるし、片一方で非常に大量のエネルギーを使いながら、片一方ではSDGsを語るような、こんな矛盾はないなということ思っております。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



何をやっているかも大事だが、
いつからやっているかはもっと大事な視点である



1998年1月発刊社内報「はんどめいど 新春号」

当社では、1998年の「やさしさ、未来へ。」というメッセージとともに、省エネに心がけた企業運営を行ってきました

豊富な品揃えと在庫

ニアワセ

ユーザー様直送サービス

固定費型物流システム



私は何を言いたいかというと、何をやっているかが大事。まして虹色のバッチをつけてるだけじゃ駄目だなと私は思っています。いつからやってるか、その判断基準って結構面白いんです。SDGsに関して。

ですから、ここ2、3年やりだしたと、こういう環境保全やってますよって話と、われわれ実は25年前からやってるんです。25年前からやってるっていう、その起点になる発想がSDGsに取り組まないと世の中、許してくれんという話と。25年前はそんな二酸化炭素なんていう、そんな言葉が出てこなかった時代に、できるだけ会社が動く中でエネルギーを少なく回していこうと、いろいろなアイデアを、何ていうんですかね、繰り出してというか、思案しながらやってきた状況でございますので。ぜひ、本物か偽物かを見分けるのはいつからやってますかっていう切り口も大事かなと思います。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



■お客様への利便性向上と環境負荷軽減の両立



2022年 年間CO₂排出削減量 **11,365t-CO₂**
(前年比+1,608t-CO₂)

参考)
■2022年Scope1+Scope2
10,436t-CO₂

各施策による
年間CO₂排出量削減量

「荷合わせ」
165t-CO₂
(1個口あたり0.22kg-CO₂)

修理工房「直治郎」
2,700t-CO₂



「ユーザー様直送」
1,002t-CO₂
(1個口あたり0.28kg-CO₂)

「固定費型物流」
3,098t-CO₂

「MROストッカー」
3,100t-CO₂
(1件あたり4t-CO₂)



「在庫保有」
1,300t-CO₂
(1個口あたり2.6kg-CO₂)

それで、われわれが先ほどからちょっと申し上げた荷合わせとか、そういったあれで、次のページをお願いします。

これは概算ですけど、これで1年間で約1万1,365トンのCO₂排出を削減したということですが、私は実はこれの数倍あるのかなと思ってます。1個ずつのカウントが少し、もうちょっと多いんじゃないかっていうのもありますんで、非常にもっと多くのCO₂排出を削減できてるなと思ってます。

先ほど説明しました荷合わせであるとか、修理工房 直治郎っていうのはわれわれ物を売るだけでなく、やはり修理をしたりとか、いろいろな再生をやったりっていうことで、そういったこともしております。それからユーザー様直送すると、もちろん今まで1回2回の配送がかかったのがもう1回で行くとか、そういうことでいろいろな削減ができるということですね。

この中で一番多いのは、この固定費型物流っていうのが、これは私どもの一番の特徴でございますね。いわゆる配送が普通は、それはもうクロネコヤマトさんの宅急便で送るとか、佐川さんのっていうんですけど。これ、よくよく考えていただくと、普通にそういった便で出しちゃうと、これはワンウェイなんですよ、1回きりですね。

ですから、1回きりで済むのはいいんですけど、もらった商品が、いや、これ、ちょっと間違ってるよとか、交換してほしいとか、修理に出したいとか、いろいろなやり取りがあるんですけど、わ

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

れわれの基本的な配送システムはいわゆるこの固定費型ということで、イメージでいいますと山手線を思い浮かべていただいたらいいんですけど。

毎日毎日、決められたお客さんをぐるぐる、ぐるぐる、ぐるぐる回る、そういった配送網を持っております。あるお客さんには配達行ったと思うと、ちょっと、これ、悪いけど返品取って帰ってくれっていうことも持って帰れますし、修理もそういったことで引き取れるっていうことで、非常に双方向で使えるということで、これも大きな環境保全にもつながっているという仕組みでございます。





■環境負荷軽減の取組み

設備		人
シーリングファン取付	空気井戸ポイド	フリースジャンパー(2002)
人感センサー付蛍光灯	サンドイッチパネル	ゴアテックスジャンパー(2002)
W折板屋根	井戸水の屋根散水(2007)	ネックウォーマ、ひざ掛け(2012)
地下冷気の利用	太陽光パネルの設置(1998)	退社30分前エアコンオフ
施策		商品
在庫化による残業削減	FAX OCR「ドットクル」(2000)	2インチ紙管テープ
物品受領書の廃止(2001)	システム受注(2002)	ノンガススプレー
メーカーカタログの在庫	ピッキングリストの紙出力廃止(2012)	リターンクッション

© 2023 TRUSCO NAKAYAMA Corporation 20

次のページへいきますとね、これ、ちょっと昨日慌てていろいろ、かつてやってたやつということで、シーリングファン取付っていったら何のことやらって思われると思うんですけどね。ここはついてないですけど、今、可能な限りつけられるのは天井の天井扇、天井の扇風機をつけてます。

扇風機といいますと、皆が夏つけると思うでしょ。これは大きな間違い、実は冬なんですよ。冬はご存じの通り、温かい空気はみんな上に上がっちゃいますから、足元寒い、寒いっていうんですけど。こういうときに上で扇風機を回しますと非常に足元ポカポカになるということで、間違っただけなのは夏、回すと上に溜まった熱い空気は皆、下に降りてきますから、もう部屋中の空気を全部冷房することになりますんで、夏の冷房時はペケ、冬はどんどん使っていただくと暖かいとかね。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



あと、人感センサー付蛍光灯っていうのは、物流センターの中で人が入ると、その入ったのを検知してブロックで電気が点くみたいなのが省エネやられていわれてますけどね、こんなのは全然まだまだでございまして。われわれは実は1台ずつの蛍光灯に人感センサーが付いてまして、通路を入ると入ったところまでしか電気がつかない、もう徹底ぶりでございますね。これがもう約5年、6年前からやってたりとか。

あとは地下冷気の利用、これも聞き慣れんと思うんですけど、このビルは免震層があるんですが、こういった免震層とか基礎の層の空気っていうのは大体外気温より3度とか5度低いんです。その免震層とかの空気を吸い上げまして各フロアへ吹き出すようにやっていると、エアコンのそういった、何て言うんですかね、夏は涼しく冬は暖かくということで、非常に省エネにもつながるのをやっておったりとか、こういうことでございます。

あと、これ、喋り出したらきりがありませんけど。物品受領書の廃止なんていうのは、私どもで今年間伝票の発行枚数が3,000万枚ぐらいかなと思うんです。普通は物をお届けすると商品と併せて物品受領書っていうのをお渡しして、それに受領のハンコをついていただいて、持って帰って保管しておく。

こんなことを現代の世の中でもやってはいるんですけど、もうそんな無駄なことはやめてまえということで、もう、これも20年以上前にもうやめちゃいました。物を持っていくのは納品書と商品だけで、そういう保管もしないことで、これも紙の排出の削減につながっております。

あと、これ1個ずつやったら今日多分もう終わらないと思いますんで、これぐらいにしておきますけど。あとせっかく持ってきましたんで、このジャンパーも20年ちょっと前に作ったんです。なんせ事務所で、もしくは倉庫の中で作業するのは寒いんで、まず事務所の中でいいますと私ども、このフリースのジャンパーっていうのを、いつだったかな、これが2002年か、だから21年前に作っているんです。

21年前っていうとフリースは寝間着だったんです。お前とこの会社、寝間着で仕事してんのかと、そういう揶揄されたこともあるんですけど。これが断然温かくて、暖房の温度を少し下げても大丈夫っていうことで省エネにもう既に考えたということと、こちらのゴアテックスのジャンパーなんかももう古くから入れてます。

あと、秘密兵器としましてはこんなベストがありましてね。これ、中にチタンを織り込んだベストなもので、着てるとコートが要らないぐらい暖いっていうことで、特にかつてのお葬式へ出ますとコート着れないもんですからこれは重宝した。これくらい暖いものであるとか、こういうことをやっています。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



それからあと、PRですけど、ノンガススプレーっていいましてね。これはいつ作ったかな。これももう 20 年以上前です。普通、スプレーっていうと中に LP ガスが入ってまして、ボタンを押すとシュッと吹くってこれ、当たり前やと思ってる。

だけど、あれは大気中にガスを放出するということで、これも減らしたほうがいいだろうということで、要はこれはシュッシュって普通のハンドスプレーですけど、そういったもんで使えるやつはできるだけそういうノンガスタイプのスプレーにしちゃうということで、こういう製品を開発しております。

それから、これが普通のガムテープですね、見慣れた。私にしてみたら、何でこのげんこつが入るほど穴が空いとるんだと、穴が空いてるからこのゴミが大きくなるし。これだけ無駄なスペースが出るじゃないかということで開発したのが、この小さい 2 インチ紙管で、指だけ入れればいいやろということでやったんで、これ、実は倍のメーター数を巻いてあるんです。ですからゴミは減らせるし、保管の場所も小さくて済むということで、こういう商品の開発ももう 20 年以上前から入ってるといことです。

それと、実はこれも見たことないと思うんですよ。これ、リターンクッションという、こういうあれでしてね。柔らかいスポンジと硬いスポンジ、ウレタンがセットになってまして。何に使うかっていうと配送するときに、物を送るときにこれ、折りたたみコンテナですけど、ここへ商品をいろいろ入れます。普通はここの上に何か紙くずとか、そういう傷まない保護材を入れるということですけど、実はこれは、こうやって入れるとぴしゃっと押さえちゃうんです。

私はゼンジー北京じゃございませんけど、ちょっと古いか。ね、落ちないんですよ。ということで、これで何度も使えるということで非常にそういった省資源で、こういったことも、これも 20 年前ぐらいになるかな。ということで結構、バッチはつけていませんが、熱心に環境の問題にも考えながらやってきたということでございます。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



■プラネット愛知(愛知県北名古屋市)

敷地面積：12,595坪
 延床面積：27,184坪
 投資金額：約288億円（土地：約18億円・建物：約170億円・設備：約100億円）
 在庫：100万SKU、出荷能力：100,000行/日、出荷金額：約2億円/日
 稼働予定：2026年7月予定

© 2023 TRUSCO NAKAYAMA Corporation

21

今日はこれくらいにしておきまして、次のページにまいります。

プラネット愛知ということで、愛知県北名古屋市に、先ほども高橋から少し説明がありましたが建設にかかります。ただ今、本設計をやっている最中ということで、2026年7月稼働ということになります。

今、埼玉にあります物流センターの倉庫面積としてはほぼ2倍の広さを誇るということで、愛知県とか、もしくは東海地区、これより伊勢、大阪も含めまして九州までカバーできる広域のセンターということで、在庫は目標の100万アイテムを管理しようと。

それからユーザー様の直送から、荷合わせから、来店から、配達から、いろいろな実は、何て言うか、配送の形態がわれわれ、あるものですから、そういったもので全て対応していこうということで、社運をかけた一つの投資でもあります。積極的に取り組んでいきたいということでございます。

サポート

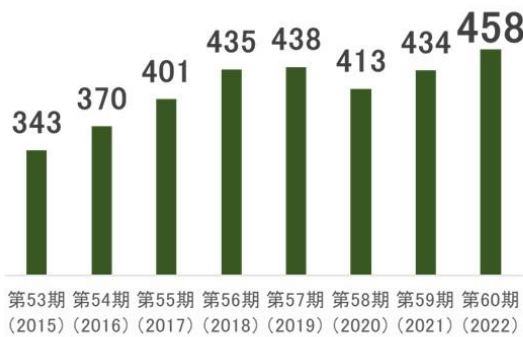
日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

■現場のお役に立つプライベート・ブランド「TRUSCO」へ



奇想天外な発想とアイデアで、価格の見直し、デザイン変更、パッケージの見直しを行い、プライベート・ブランド「TRUSCO」の全面刷新を進めます

(単位：億円)



プライベート・ブランド商品アイテム数
9万アイテム

続いて、現場のお役に立つプライベートブランド商品ということで、当社PBブランド、TRUSCOというこのブランドの商品がいろいろあるわけがございます。これをいろいろブラッシュアップして、もう少し拡大していきたいということがございます。

ここに写っておりますエアゾール製品なんか、特にそうですね。私ども、やっぱり少額で消耗品、これにもっと力を入れなくちゃいけないということで、これからもっともっと皆さん方の目にも映るような、そういったブラッシュアップしていきたいと思っています。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

当社の取組みについて

■ユーザー様の声を集める『ユーザーズ・ボイス』



トラスコ オレンジブック.Comをご利用いただいているユーザー様のお声を仕入先様とTRUSCOで共有する双方向の仕組みづくりを行います



© 2023 TRUSCO NAKAYAMA Corporation

23

続いての取り組みですが、ユーザーズ・ボイス。もう難しいことは申し上げませんが、私どものこのオレンジブックという取り扱い商品のカタログ、今でもこれだけの幅があります。これで厚みが半分以下になりました。環境問題を考えてということで、どうやってやったかっていうと、実は取り扱い商品を減らすわけにはいきませんので、全てQRコードをちゃんとつけて。一応、項目は見れるけど、詳しいのを見なければそのQRコードで見てくださってということで、非常にページ数を減らしたということです。



これから先がもうちょっと面白いことをやろうということで、デジタルとアナログの融合っていおうか、紙カタログってのはどちらかというのと1回きりというか、1回刷ったらそれっきりですが。せっかくQRコードをつけたんだから、このQRコード、ユーザーさんが何か買うときにこれをクリックしてもらって、そのユーザーズ・ボイスところに入ってもらってともうちょっとノズルの長いやつはないんかとか、もう少しモーターが強力なやつがないんかとか、買われる方は必ず何かその商品に対して、もっとこんな商品ないんかみたいな声があるだろうということで、その場で気がついて、そのQRコードからユーザーズ・ボイスを発していただくとわれわれとメーカーさんが同時にその情報を共有して、新しい商品開発とかそういったものにつなげていこうということです。

この紙のカタログを相互通行できるようなツールに変えていこうと。紙カタログなんてと思われている方もたくさんいるんですけど、実はやっぱり製造の現場ではこの紙カタログがかなり根強い人気

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

がありましてね。ちょっとなくすことについてはいろいろ問題もあるのが実態です。残す以上はもう少し、デジタルといろいろ複合していこうと、こんなアイデアも出してきております。



GOOD CAREER COMPANY
AWARD 2022
大賞

当社の取組みについて

■「グッドキャリア企業アワード2022」大賞を受賞！

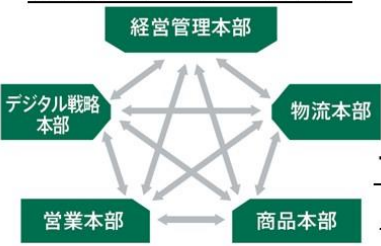
令和5年1月10日に厚生労働省が主催する
2022年度「グッドキャリア企業アワード」において大賞を受賞しました

360度評価をはじめとする
人事考課

各種ジョブチャレンジ制度

多様なコース選択

ジョブローテーション



経営管理本部
デジタル戦略本部
物流本部
営業本部
商品本部

評価に沿った
賃金・報酬制度の改定

1人別のキャリアを支援する
人事データ活用と学習支援

© 2023 TRUSCO NAKAYAMA Corporation 24

それで、続きまして当社の取組みで、グッドキャリア企業アワード 2022 大賞を先般いただきました。どんな賞か説明しろっていわれたら私もよく説明できないんですけど。厚生労働省さんがやってる、そういったあれで、いろいろな人に関する取組みをよくやってるだろうということで、ちょっと範囲が広いんでなかなか難しいんですけど。

先般、どちらかっていうと私のところがやっておりますオープンジャッジシステムっていう 360 度評価をピックアップしていただいたんですけど、もうこれだって 20 年以上前からやっている人事考課システムなんですけどね。

いろいろな、何て言うんですかね、われわれ決して新しいとは思ってないんですけどいろいろな取組みをしております、5 年に 1 回、転勤が大体あるんですけど、その場合は必ず部署をまたいで転勤していきますので、物流にいた人間が商品部に行ったり、商品部の人間が人事へ来たりということで、できるだけ社員がいろいろなスキルを身につけられるようにっていう配慮はしたりしております。

ちょっと変わったところでは、ここ 3 年ほど前からかな、社内副業制度っていうのを始めましてね。解禁副業ってよくいわれましたけど、そのときに思ったのは、副業、副業言うて、例えば僕の秘書が何か夕方 5 時から他の会社行って仕事してると腹立つやないかと。こういうしょうもないこ

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



とから、社内で副業できへんのかということで調べましたら、私の秘書のタハラは秘書課では副業は無理ですけど、例えば休みの日に物流センターに行って入荷出荷の仕事をしたら、これは社内副業OKで、なんぼやったか、時給1,700円やったかな、何か、計算でそれは日当で払えるということで。

ですから、何もよその会社へ行って、そんな仕事するぐらいやったら、社内でいろいろな仕事を経験して身につけてもらったほうが会社としてもプラスっていうことでね。そういう、なんせ私、流行に歯向かうのが大好きで、何か流行通りにやってると偉いと思ってるのはもう大間違いだと思ってますので、そういう新しい制度も出したということでございます。

TRUSCO.

当社の取組みについて

■教科書にない経営

教科書通りでうまくいくなら、世の中は成功者で溢れている

「在庫は少なければ少ないほうが良い」と教科書は説くが、これは売り手側の勝手な理論であって、買い手側から見れば、品揃えも豊富で売り切れることのない量を確保してもらいたいものである

「在庫回転率」 < 「在庫出荷率」

© 2023 TRUSCO NAKAYAMA Corporation

25

いろいろ申し上げましたが、最後にいっておきたいのは、私は教科書にない経営っていうのを標榜しておりますね。教科書通りでうまくいくなら、世の中は成功者で溢れてるやないかと、そんなもん、成功者なんていわれるのは一握りどころか、一つまみもないのが現実です。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

 **SCRIPTS**
Asia's Meetings, Globally

当社の取組みについて

■教科書にない経営

M&A流行りの世の中であるが…

M&Aに頼ることなく自己成長を目指すオーガニック企業でありたい

自社株買いも流行りの世の中であるが…

企業力・物流力・販売力を強化し、事業として成長を目指す

**当社はこれからも歩みは遅くとも、
自己成長で成長し続ける企業でありたい**

ですから教科書通りというよりは、もっと教科書にない独自性のあるユニークな、そういう仕組みを出すのが大事なのかなと思っておりますんでね。これからもどんどんどん業界に関わらずいろいろな形で新しい、そういう発信をし続けられる会社であるべきだなと思っておりますので、頑張っ
てやっていきたいなと思っております。

以上で、私から取組みの説明をこれで終わらせていただきます。ご清聴ありがとうございました。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

質疑応答

高橋 [M]：続きまして、質疑応答のお時間といたします。

冒頭でもご説明の通り、今回の質疑応答につきましては会場の皆様、オンラインの皆様の順にお受けいたします。まず、会場参加の皆様の中でご質問のございます方は挙手いただき、企業様名、お名前、ご質問内容をお話ください。それでは、ご質問のある方は挙手をお願いいたします。

ヒラマツ [M]：ヒラマツと申します。よろしくお願いいたします。

中山 [M]：はい、よろしくお願いいたします。

ヒラマツ [M]：いや、さっきからマネキンの親指がグジジョブになっているのが気になって、気になって。きっと誰かがやったんだと。

中山 [M]：はい。犯人、知ってます、私。

ヒラマツ [Q]：そうですね。いや、数字の細かいことは別にいいんですが。ここ 1、2 週間でやはり AI っていうのがメディアでも出てくるようになって、ChatGPT とか、メタバースなんですが。御社、シナモンさんとも組まれてやったり、今、形式的、非形式的なデータをどんどん食わせてると思うんですが、あれ、そろそろ御社らしいすごい成果ってのが出てくるもんなんじゃないですか。

CO2 削減するに役立つとか、短い時間でお客様に便利なおことが提供できるとか、AI 使った、そろそろもう実装の時代に今年、来年から入ると思って見て期待しておるんですが。

中山 [A]：あえて何かそういう発表はしておりませんが、在庫管理についてはやっぱり AI が動いておまして。今、総額でやっぱり 430 億前後の在庫ですから、それをうまくコントロールしないと大変なことになります。それから、あとは今、納品のリードタイムがおおよそ 12 時間だったか、13 時間だったかな、何かそれぐらいなんですね。お客様からご注文いただいて納品するまでっていう時間。

ただこれは、いちばん最短は 1 時間半ぐらいもあれば、長いのは土日を含めるともう少し長くなるってことなんですけど。いずれにしても、納品のリードタイムをとにかく毎年 30 分でも 1 時間でも縮められるような方法をちょっと編み出していこうとか、いろいろなそういうところで使っていますけど、どこまでいってもやっぱりわれわれ、これから活用したいのは同等品検索。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



同等品検索って分かりますか。ですから、同じような能力使用した商品はどんなのがあるかっていうことを AI を使ってやろうということなんです。これはやっぱり最初は誰か人間がきちっとそういうデータ、インプットしなくちゃいけないんで時間はかかっておりますけど、いずれそういったところでネット通販のところでも、何かこれは切れてるけど、こういった商品あります、ハイエンドはこんな商品とか、廉価版でしたらこんな商品であるとか、そういったサービスまでしていけるようにしようということで今、準備は進めてる最中でございます。

ヒラマツ [Q]：どうもありがとうございます。同等品もそうなんですが、このいただいた資料の分厚いほうの 41 ページ目の下に何か気になってることがありまして、ユーザー様購買システムと連動した MRO ストッカー 2.0 と。

これ、スマートストッカーじゃないと意味ないよなと思ってたんですが、いよいよ連動するんだなというのと、あと類似品検索機能というの也有りますが、類似品を勧めたほうが絶対いいですよ。同じ機能でこっちのほうが安くて、実はうちの PB です、のほうは粗利も上がると思うのですが、その辺り、もう着実に進んでるんですか。

中山 [M]：今、申し上げた類似品ですよ。

ヒラマツ [Q]：類似品と、もう一つ上にあったこの MRO ストッカー 2.0 というの。何か今期の課題だとかテーマに入ってたんで。

中山 [A]：MRO ストッカーもスマートというか、お使いになってる商品というか、ご指定いただいた商品をまず置くのが基本ですね。それから、夏だとか冬だとか季節によってずいぶん変わってきますので、それに合わせてわれわれが一部在庫する商品を変えたりだとか、そういったことでこれから、まだまだぼちぼちっていうか。

本格的に MRO ストッカーが動き出したのが去年、一昨年途中ぐらいからですので、まずはしっかりとユーザー様のそういったニーズと合致するような商品をどう置いていくか、そちらがまず主体ですね。

ヒラマツ [Q]：あとすいません、他なさそうなので何と 3 本目になっちゃいますけれども、人的資本のところなんですが、やはり人件費を上げないといけないなっていうのは今、どの企業も今になってやり始めて、今、各社企業と取材してるともう人の確保が大変だと、人というか人材の確保ですね。

ここにあるようにグッドキャリアアワード 2022 と。今の学生さんはこういうところをばーっと見てくるし、えるぼし、くるみも見てきますので、いい人取らないとやっぱり 1、2 年でどの業界も

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



業績に段々と差が開いてきちゃうんですが。御社、あれですか、ここ、既存の方は非常に優秀な方でここから先、今、受けてる学生さんとか応募してくる方のクオリティというのは上がって人数も増えてるんでしょうか。

中山 [A]：基本的には今のご質問についてはずっと一応、右肩上がりで人材の、良い人材が確保できてきてるなってというのが実感では持っています。

ただ、その人材かどうかという判定は非常に難しいなと思ってます、私は、私の周りに人材っていわゆる人がどれだけいるんかってもし聞かれたとすると、はっきりいってそんなに感じることは少ないんですね。

どちらかという、本当の人材っていうとやっぱりちゃんと自分が向き合ってる仕事とどう真面目に取り組んで一生懸命やるかっていうのが、私はこれが人材だなと思っていますので。幾ら何か能力を持ってるといったところで、お客さんを何かないがしろにしたようなビジネスをしてるようじゃ駄目です。自分の仕事と真剣に向き合う人が人材かなと思っていますので、できるだけそういう人になるような仕組みを作ろうと。

これは教育じゃ無理ですね。教育というよりも、やはりお客さんから褒めていただけるような仕事をどう会社が作るかが、これが最大の人材教育と思っていますので、何か教室に集めて勉強させたら人材になるかっていうもんじゃないなと思っていますので。

ですから、やっぱりもう常日ごろ、仕事やってる中でお客さんからいつも助かるよ、ありがとうって、何か褒めていただけるような仕事ができる会社の仕組み作りが一番大事かなと、私はそう思っています。

ヒラマツ [M]：どうもよく分かりました。ありがとうございます。

中山 [M]：ありがとうございました。

高橋 [M]：ありがとうございました。その他にご質問のある方はいらっしゃいますでしょうか。

中山 [M]：どうぞ。

ムラカミ [M]：ムラカミと申します。よろしくお願いします。

中山 [M]：よろしくお願いします。

ムラカミ [Q]：私も幾つかあるんですけど、まず一つ目なんですけど、いわゆる 2024 年問題として、物流ドライバーの残業規制とかが厳しくなる中で物流費が上昇してくると思うんです。その対

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



応策として、御社としては自社物流比率を増やしていくとか、業者を減らすとかっていう方法があると思うんですけど、もう少し具体的にどういった方向で対応するご予定ですか。

中山 [A]：物流の件に関しましては、社内と社外の問題がやっぱり両方ございます。社内の問題でいいますと、自分たちの配送人員のいわゆる不足っていうことになると思うんですけど。実はこれ、今のところあまり大きな問題にはなっていない。今、全国で運行している車両がおおよそ 300 台ぐらいなんですけど、トラックがですね。ほぼ今、半分近くまで自社社員の配送に切り替えてきてます。

できるだけそういう運送業者さんとの契約で来ていただくのから自社に配送を切り替えていこうってことでやってますので、そういったもの、人間の定着も非常に上がってきてますし、これはどんどん、どんどん進めていこうということです。

それと外部ってというのが、これはやっぱりわれわれ、荷物を出す側にしましても運送会社さんの事情をしっかりと見てあげないと駄目だということで、例えばですけど、ここのビルはヤマト運輸さんが来ようが、佐川さんが来ようが、荷物を持ってくるのも持って出て行くのも、6 階だったら 6 階に集中させてるんです。

普通は各階に、こんにちは、こんにちは、こんにちはって入って行って、荷物取ったり引いたりしますが、もうこれを見て、こんなことをさせたら気の毒やということで、うちはもう 6 階に来てもらったら出す荷物も受け取る荷物も全部そこで OK ですよってということで、そういう協力をしております。

先般、ヤマト運輸の社長に言ったらね、えらい喜んで、これ、表彰もなやみたい話はしておられました。そういうことをやったりとかあと、それと物流センターの中もかなり自動化をしておりますけど、ラストワンマイルならぬ、ラスト 5 メーターがあるんですよ。

自動で来たところまではいいいんですけど、トラックとプラットフォームの間にいわゆる段差がありましてね。この段差をどう乗り越えるかっていう、ちょっと問題で、この段差さえきちんと乗り越えれば非常に、集荷に来られたドライバーさんが、もう、さっと積んでさっと帰れる状況を実現できる。ということで今、そういった機械なんかもいろいろ選んでる最中なんですけど、社外的なことも考えておかないと駄目だということで。

そういうことをやってると、何て言うんですかね、やっぱり運送会社さんもそういう誠意が伝わって、いろいろな入荷、出荷の問題も含めてですけども非常にサービスも良くなってきます。そんなことで、とりあえず乗り切っただけはいいなと思っています。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



ムラカミ [Q]：二つ目なんですけども、3か年計画で数字を作っていただいて非常にありがたいんですけども、もちろんポイントは能力を増やしていくところ、ご説明があったと思うんです。

この中で御社がプライオリティを置いて、例えば3か年計画のいろいろな数字の目標が掲げられているんですけども、最もプライオリティが高い目標っていうのはどこになるんでしょうか。

中山 [A]：その数字の3か年計画の中でいいますと、やはり売上と、それと粗利益率でしょうかね。当期純利益ですね。はい。当期純利益か売上かっていうと、どっちかっていったら当期純利益のほうがやっぱり優先度合い、高いかも分かんないですけど。

ただ、先ほど申し上げた中で数値目標か能力目標かとなったときに、数値目標が例えば当期純利益に固執してしまいますとね、この投資をすると減価償却が増えて、いわゆる当期純利益が達成できないことになると、投資を待てとか、来年に持ち越せみたいなことになると、これは本末転倒だなと思ってますので。

あまりわれわれは、どっちかっていうと数字よりも重きを置いてるのは、申し上げた能力目標ということで考えています。ですから、プライオリティを持ってどうだっていわれると、すいません、とことん自信はないですけど、われわれはやらなくちゃならないそういった能力をどう身に付けていくかっていうことです。

この話を少しだけ発展させていただきますと、いわゆるDXグランプリもいただいています。昨年もDXの銘柄ではいただいたんですけど、これのポイントは何かっていうと、やっぱりちゃんとそういう能力目標をこんなことをするぞっていうのがあるので、在庫も100万アイテム持とうと思うと、もうデジタルの力なしではできないですから、ですから結局、最終的にはDXというかデジタルの活用度合いが上がったところが評価いただいたんかなと思ってます。

ついでに余計なことを申し上げますと、何か新聞でDXもろうてる割には株価下がるとるやないかなんてね。あれはね、DXと株価を結びつけるほうがおかしいなと思ってね。だって、DXを取るためにいろいろな設備投資もやっているのに、別に減価償却も膨らみや、そりゃ収益も多少圧迫するので。何でそういう発想になるのかなっていうのが、私にしてみたらちょっと、ぼやきの一つということで理解いただきたいと思います。

ムラカミ [M]：はい、ありがとうございます。

高橋 [M]：ありがとうございました。その他にご質問のある方はいらっしゃいますでしょうか。

アキヤマ [M]：お世話になっております。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



中山 [M]：よろしくお願いします。

アキヤマ [Q]：アキヤマと申します。先ほどヒラマツがお伺いさせていただいたことと今のこともちょっと関係するんですけど、人材育成のところでは自慢をしていただければなと思いました。

事業運営のところでは去年の短信を見ると、部門を超えたジョブローテーションを実施しと書いてあったのが、今年のやつはローテーションと多様なコース選択や各種チャレンジ制度ということで。人事部創設されていろいろ先ほど社長の思いはお伺いできましたけれども、制度的なところでもいろいろ手当があったのかなと思ひましてこの辺り、制度的な面でご自慢いただけることがあればお伺いしたいと思ひます。

中山 [A]：いろいろな制度もそうですけど、仕組みがそうなんですけど、私どもの会社っていうのは商社でありながら在庫があったり、物流があったりっていうことで、売るための仕組み作りっていうのがかなり進んでる会社だと思ひます。

これを裏返して見てみますと、あまり苦勞せず売れる状況にやっぱりなってきたてね。ですから業界の中で見ると、何かトラスコの社員はあまりガツガツしてないなみたいなことをちょこちょこ聞くようにはなってきました。

それはそれでちょっと残念なことだと思ひながら、だからといってまたダイヤルを昔に戻すわけにはいきませんし、もう私は徹底的に仕組みはもっともっと高めていくべきだと思ひてましてね。それは一見そういう熱意に燃えたというか、ガツガツがもう丸見えのような人材のほうが良いように見えるんですけど、だけどお客さんの一番の要望は利便性なんですよ、利便性。

だから、その利便性には絶対に勝てないと思ひていますので、ですからとにかくもう業界のみならず、世の中の的に見ても利便性を提供できる会社にするべきだと思ひています。

そういうふうにはやっていく中で、またその利便性をどんどん、どんどん生み出すには能力も必要になってきますので、ちょっとそっちの方面で人を育てて会社の成長にもつなげていきたいな思ひています。ですから、いろいろな制度はやってはいますけど、その制度が直接人材育成につながっているかどうかっていうのは、ちょっと別問題かなと思ひます。

それよりもやはりお客さんにとって製造現場、もの作りの現場にとって便利で重宝だといわれる会社にどうもっと高めていくかというところをやっていくと、それにつれて人もちょっとつながってくるのかな思ひています。

アキヤマ [Q]：ありがとうございます。すいません、関連してもう一つだけ。分析資料の分厚い資料に退職者数とかも載せていただいて大変ありがたいんですけども。傾向を見ると何か全体の離

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



職率でいうと5%ぐらいまで、ちょっと前よりは上がったたり、去年より下がってますけれどももって
いうところがあるのかなと思っていて。

改めて、何か大企業さんの低離職者ランキングみたいなのを見ると、いわゆる離職率が低いねって
いわれるのが3%とか4%ぐらいかなってというような感じを見ると、5%ぐらいになってくると必ず
しも低離職者の会社って感じでは数字上はなくなっている側面もあるのかなと思って。

この辺りの、でも人材って入る人もいけば出て行く人もいてっていろいろあると思う、この辺りの
社長様のほどよい感じっていうご認識、何ていうんでしょう、聞き方もおかしいですけども、こ
の辺りの現状のご認識ですとか。

中山 [A]：はい。そんなに私、事細かく離職率とか見ているわけじゃないですけど、昨今テレビ見
てまして、何かいわゆる転職のCMがあまりに多いんでね。ちょっとこれはやりすぎだなみたい
な。個別の名前はちょっと伏せますけど、またこの宣伝かよみたいなことを見てますんで、われわ
れ社員の中にもそういったことに感化されて転職していく人間はゼロじゃないですけど、多いかっ
ていうとあまり多くはないなと思っていましたね。

私はどちらかといえば、古いっていわれたらそれまでかも分かりませんが、できれば当社へ就職
したら定年まで勤めてほしいなっていう、主義としてはそういう主義です。かつては何が何でもお
まえ、定年までおれよっていう感じだったんですけど、ここ最近ちょっと変えましてね。気がつい
たら定年まで勤めてたなっていう会社がいいかなっていうことで、あまりきつっていうか緩やか
な、そういう社員と会社とのつながり感がいいのかななんて思っていますので、できれば長く勤め
てもらいたい。

私ども、定年が今65、それから65から70までは雇用延長、70を過ぎますと今度はパートタイマ
ーで一応75歳までにはなっているんですけど、希望すれば78でも79でもいいっていう、ちょっ
とそういう、わりかし緩やかな会社です。70を超えて今、働いてる人間も何人かいるね、こ
れ、3人ぐらいかな。もうちょっといるのかな。

ということで、大体75ぐらいになるともう勘弁してくださいって辞めていくやつが多いですけ
ど、意外と長く勤めてくれているんで、ありがたいなと思っています。

アキヤマ [M]：承知しました。ありがとうございました。

高橋 [M]：ありがとうございました。その他にご質問のある方はいらっしゃいますでしょうか。

中山 [M]：どうぞ。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



シモダ [M]：シモダと申します。

中山 [M]：よろしく申し上げます。

シモダ [Q]：60 期決算データ分析資料、分厚いほうの資料のところの 30 ページで、一つ目が販売口座数及び法人数の推移というところがございまして。約 10 年の推移を見ているときに、法人数の推移ってというのはほぼ横ばいなのかなって一方で、販売口座数は右肩上がりで上がっている。これはどういう仕組みでこういったことを実現させているのかなってことが一つ目と。

中山 [A]：1 個ずつ行きますね。それは、いわゆる一つの口座、口座というか法人ですけど、複数の非常にたくさん口座を持たれている会社とのお取引が増えているので、ですから、あまり取引会社数は増えてないですけど口座数はかなり大きく増えるのが現状ですね。支店をたくさんお持ちの会社と。

シモダ [Q]：ありがとうございます。また二つ目が同じページの中で、ちょっとこれ、銀行がこんなことを聞くのもちょっとお恥ずかしいですけども、倒産による回収不能金額がもう本当に極めて全くないに等しいのかなと思っていて。これはどういう工夫をされているのかなと思ひまして、ちょっと二つ目の質問としてさせていただきます。

中山 [A]：よくお聞きいただきました。もう今から何年前かな、2005 年に手形取引の全廃っていうのを完了いたしました。これがやっぱり一番大きくて、基本的には仕入も販売も現金決済、現金というか、手形をやめることが一番大きいのと。販売の手形をやめたときに一応、興信所の情報でいろいろランクがございますでしょう。そのランクある中で、例えば最下位に位置されたお客さんについては、2 カ月分の保証金をいただくか、取引をやめるかどちらかっていう非常に厳しいルールがありまして、基本的には今、保証金が 20 数億あるのかな、何か結構あります。

ただ、ちょっと言っときますと、私どもの良いところは、その点数が良くなれば保証金を返すという、銀行ではありえない仕組みがありまして。いただいた保証金は返さないのが普通でしょうけど、われわれは返す。また悪くなるとまたいただくっていう、ちょっとそんなやり取りがあるんですけど、その効果のおかげがなくなってしまった。

かつては平均で年間やっぱりずっと 1 億ずつは引っかかっていました。いちばん最大で約 6 億ぐらいの引っかかる年もありましたけど、もうこんなことやってられないなということで、思い切って手形全廃も含めて、そういう思い切った改革を行って結果が今だということですね。

ですから私、倒産なんて何にも心配していません、実は。かつてはもう毎日電話があったら何かなと思ったんですけど、もう今はほとんどそういう心配もなしにできるような状況です。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



シモダ [M]：ありがとうございました。

高橋 [M]：ありがとうございました。その他にご質問のある方はいらっしゃいますでしょうか。続いて、オンライン参加の皆様からの質疑応答に移らせていただきます。ワタナベ様、よろしくお願いいたします。

ワタナベ [M]：ワタナベです。どうもご説明ありがとうございました。

中山 [M]：よろしくお願いいたします。

ワタナベ [Q]：ちょっと数字になっちゃって申し訳ないんですけど、2、3点ありまして。1点目が先ほどネットの売上が増えてることでドロップシップが非常に効果が出てきたお話があって、2021年と2022年ってeビジネスルートの売上が加速度的に伸びてると思うんです。

こちらはいわゆる、何だ、Amazonとかモノタロウとかが御社とかぶってるものであれば、御社に頼んだほうが効率がいいんで、自社とかぶるものは御社にもう積極的に出していこうって、そういう流れにこうなってるのか、ちょっと加速してる理由っていうのを少し教えてもらいたいのが1点目です。

中山 [A]：まず一つ目。理由は複合的ですし、ドロップシップもさることながら、その中身も、基本的にはご自身で在庫を置かれていて、発注されたユーザーさんがご自身の物流センターの近くであれば自分のところから送られますし、もしくは例えば北海道だ、九州だ、離れたところであればわれわれが送るとか。それはもう1品ずつかなり複雑に入り組んでおりますので、単純にちょっとこうですっていうのは申し上げられないのが一つです。

それから、ネット通販企業様だけでなく今、ホームセンターさんもいわゆる店舗販売だけではなく、ネット通販にも力を入れようということでもかなり力を入れて来られてるのが、非常にそういった後押しにもなってるのが一つありますね。

それと、従来の機械工具販売店さんも通常の訪問販売ばかりじゃ駄目だということで、ネット通販に力を入れておられる会社さんがいますので、そういったところの売上も拡大が寄与してるってということで。ちょっといろいろなパターンの状況がありますので、相対的にいえることはいわゆるかつての対面販売からネット販売にかなり軸足は徐々に徐々に移りつつあるのが、その数字からちょっと私たちは感じているところですね。

ワタナベ [Q]：ドロップシップが機能しているのと、あと今までだと大手3~4社ぐらいが多分非常に御社の売上を支えたと思うんですけど、お客様が増えている、そんな理解でいいですか。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



中山 [A]：はい。間違いなくドロップシップが一番効いています。ホームセンターさんもそのドロップシップがいちばんの魅力ということで、せっかくユーザーさんから注文いただいているのに、店舗にしか送らなかったらお客様が店舗に取りに行かなくちゃならないわけですから。だったらちゃんと家まで送ってよって、こういうことですので。それができるベンダーっていうのはあまりいないものですから、ホームセンターさんのわれわれに対するドロップシップのご要望は非常に大きいものがあると思っています。

ワタナベ [Q]：分かりました。あと2点目が、ちょっとこれも数字になっちゃって申し訳ないですけど、今回、中計出してもらったんで中計について二つぐらいなんですけれど。3年後、分かんないって話なんですけど、売上7%ぐらいずつ伸びるだろうというご計画で、これは御社、いろいろ設備投資をなさっていて、前から御社って景気に左右されない企業というか、景気に左右されずに成長したいというのをずっといっていたと思うんですけど。

いろいろな取り組みで御社、使うと非常に便利っていうところで、ますます景気対応がついてきているような、何ですかね、自信っていうか、そういう体制になってきたような感覚があるんでしょうかってのが1点目です。

中山 [A]：はい。中計のちょっと土台っていいますと、経済環境なんていうのは全く無視をしております。年平均約7%の伸長ということですけど、これはわれわれが今、行ってる設備投資、それからいわゆる物流機器のそういった高度化によって、最低これぐらいの伸長はしなくちゃいけないだろうっていう数字から出てるのがそこに書かれた数字ですので。おっしゃる通り、あまりの景況が云々ということもう社内では一切会話になることもないですし、これぐらいの投資やってる中で、これぐらいの収益は確保できるだろうと、まあ、こんなことでやっていますんで。

自信があるかっていわれるとちょっとその辺は微妙ですけど、ここ最近のこのコロナ禍におきましても、この業界、われわれの業界が平均大体少ないところで10%、多いところは30%、50%売上を落とされている中で、われわれは3%ダウンで済んでおりますので、そういったこともありますし。

それから今期もそうだったんですけど、在庫を持っていることによってこの値上げが非常に多い中で、逆に在庫の含み益がやっぱり出るとか、いろいろなところで在庫施策のいいところも出たなということもございますんでね。これからもそういう、ちょっと独自の路線で進んでいくことで考えていきたいなと思っています。

ワタナベ [Q]：分かりました。すいません、ちょっと長くなって。それで再来期と3年後が利益が二桁伸びるっていうことで、減価償却費が減ってくのも結構大きいと思うんですけど、先ほどそう

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



はいいながらも投資もする形で、何て言うんですかね、ただ、これはあれですか、もう大きな投資はある程度一巡したんで、投資は続けるんですけども減価償却費は下がるフェーズにもう入ってきているんで、基本的にはここ何年かがやっぱり利益が出やすいっていう認識を持ってよろしいですかね。ここはどうなんでしょうかね

中山 [A]：はい。大体、減価償却費の総額の約半分がデジタル関連、それから半分がやっぱり物流機器絡み、投資の関連ということですので。ここ最近の設備投資の中身からすると償却が多少減るようなあれですけど、われわれとしては設備投資が決して峠を越えたとは一つも思っておりませんので。

まだまだこれから日本地図に例えばコンパスを置きますと、中四国っていうところから見ると、やはり岡山辺りに物流センター作っておかないと距離が遠すぎるなとか、九州の物流センターはそういう自動出荷機能がないんでもう少し強化しなくちゃいけないなとか、そういう面ではもう矢継ぎ早にまだまだ投資を待ってますんで。

この3年ぐらいのタイミングでいうと、たまたまちょっと減価償却が何かピークを越えたような見え方に映るかも分かりませんが、決して越えたとは思っておりませんし。これから先、デジタルの関連なんかが出てくるとまた膨らむときもあるかも分かりませんが、成長のための投資と考えております。

ワタナベ [M]：よく分かりました。どうもありがとうございました。

中山 [M]：ありがとうございました。

高橋 [M]：ありがとうございました。続きましてカナモリ様、ご質問をよろしくお願いたします。

カナモリ [M]：カナモリと申します。3問お願いできればと思います。

中山 [M]：はい、お願いします。

カナモリ [Q]：時間もあれだと思うのでシンプルで構わないんですけど、まず1問目が今日、スライドとして使っていた5ページ目のところに、販売ルート別の売上と粗利率が載ってると思います。この粗利率の方向性がルートによってバラバラなんですけれども、それぞれなぜ上がってる、下がってる、どうして方向性が違うのかというところを教えてくださいませんか。

中山 [A]：まず粗利ですけど、ファクトリーがプラス0.7、マイナス1.4、1.2ということで、若干これは特に何か傾向があるわけじゃないんですけど、少しe ビジネスルートについては1件当たり

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



のお取引金額がやはり大きくなってきておりますので。いちばん大きいところでは年間 130 億ぐらいの 1 件でお取引があったりとかいうことですので、そのグロスの大きさが価格の交渉へのそういう波及もしておること若干、e ビジネスルートはやや粗利が低下傾向ですけど、これは何とかしなくちゃいけないということで今、今期から少し手を打とうということでございます。

それからホームセンタールートも、これは売上の伸長がかなり大きいんですね。20%伸びているというのは。これはかなり頑張ったというよりは、ホームセンターさんのいわゆる帳合変更っていわれるので。われわれとしては少しあまり利益は取れないんだけど、これ、トラスコ、頼むよっていう、そういうオファーがかなり多くなってきておりますので。これは各メーカーさんに私どもに注文いただくのはいいんだけど、少し仕入の価格交渉していかななくちゃいけないとか、そういうような状況でございます。特に何か傾向があるかっていうと、大体そういったものがほとんどです。

カナモリ [Q]：ありがとうございます。2 問目なんですけれども、その次のスライド 6 のところの設備投資でシステムのところ、商品データベース、ステラの刷新と、あと物流センターのネットワーク強化ってあるんですけれども、これによってどのような成果を期待されてるのかを簡単に教えていただけますでしょうか。

中山 [A]：ステラにつきましては、私どもの一番の商品のデータベースになっておりますので、とにかくもう少し、何ていうんですかね、アイテム数がいくらまでだったかな。ちょっとステラの件については数見から返事させます。

数見 [A]：デジタル戦略を担当してます、数見です。今現在、商品データベースのステラにつきましては 250 万ほど今既に登録がされておりますけれども、今後この商品の拡大は加速度的に進みまして、今のところ、おおよそですけれども 1,000 万アイテムぐらいまで増やそうと思っております。

そういったことも含めましてシステムを刷新して、それがわれわれの品ぞろえとか、いろいろなお客様への利便性提供につながるところが効果として見れるということでございます。

続いては、物流センターのネットワークも、われわれの物流センターネットワークはもうご承知の通り、いろいろなドロボーとかマーケ班がたくさん入っておりますので。それを止まってしまうようなことになると非常に大きな機会損失を生みますので、しっかりとそこに対するネットワークを改めて強化しようということで今、取り組んでおりますので。これは売上拡大という理由は、やっぱり安定したサービスをしっかりと提供するためのネットワーク作りといったことでございます。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



中山 [M]：よろしゅうございますか。

カナモリ [Q]：はい、ありがとうございます。最後なんですけれども、先ほど景況感というか、そこら辺は無視していますというお話があって、その辺り少し教えていただければだと思んです。

月次売上見ていると、12月の月次売上と営業日影響を考えるとちょっと鈍化しているのかなとも思っています。何か景況感が弱くなっているサインであるとか、もしくは値段がどんどん上がっているの、それによって最終的に購入される量が減っているみたいな兆しがあるのか。長く経営されてらっしゃって過去、こういうトレンドがあると景況感が悪化する、減速するサインなんだ、そのサインはまだ出てないんだであるとか、少しその辺りも紹介して教えていただければと思います。

中山 [A]：当社、先ほどから申し上げてます通り、景況に頼ったビジネスっていうのはしておりませんので、自分たちの政策で伸びようということです、あまり今までサインがどうだ、こうだっていうのはちょっと意識したことは正直いってないです。

それで、売上の金額だけでなく、昨年から販売数量を個数ベースで取ることをちょっと始めまして。特に昨年なんかも値上げが多かったものですから、売上が上がった、上がったっていったけど、ひょっとしたらそれは値上げのせいじゃないんじゃないかっていうことに気がつきましてね。

調べましたところ、ちゃんと販売数量ベースでも個数ベースでも約8%だったかな、7.5%ですかね。ということで今、私ども、2億2,578万個ぐらいの販売個数ベースでやっているんですけど、これが約7.5%アップです、単純に値上げだけでなく販売数量もかさ上げできてたということです。今年に入ってから1月の月次の数字でおっしゃったんですね。ちょっと弱含みっていうのは。

カナモリ [M]：12月の発表、もう既に発表されている12月のほうです。

中山 [A]：発表してるほうですか。そうですね。いや、特に何か弱いとは感じてないですし、1日の中でも過去最高の数字も記録してたんじゃなかったかな、確か12月は、ということで特に弱いとは感じてはいません。

カナモリ [M]：分かりました。ありがとうございます。

中山 [A]：はい、どうもありがとうございました。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



高橋 [M]：ありがとうございました。ご質問がございませんようですので、質疑応答のお時間は以上といたします。その他、ご質問ございます方がいらっしゃいましたら、メールまたは適宜、取材依頼を承っておりますのでお問い合わせいただけますと幸いです。

それでは、以上をもちまして令和4年12月期決算説明会を終了いたします。本日は最後までご清聴いただき、ありがとうございました。

中山 [M]：どうも皆さん、ありがとうございました。ウェブの皆様もありがとうございました。

[了]

脚注

1. 音声が不明瞭な箇所に付いては[音声不明瞭]と記載
2. 会話は[Q]は質問、[A]は回答、[M]はそのどちらでもない場合を示す

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



免責事項

本資料で提供されるコンテンツの信憑性、正確性、完全性、最新性、網羅性、適時性等について、当社は一切の瑕疵担保責任及び保証責任を負いません。さらに、利用者が当社から直接又は間接に本サービスに関する情報を得た場合であっても、当社は利用者に対し本規約において規定されている内容を超えて如何なる保証も行うものではありません。

本資料または当社及びデータソース先の商標、商号は、当社との個別の書面契約なしでは、いかなる投資商品（価格、リターン、パフォーマンスが、本サービスに基づいている、または連動している投資商品、例えば金融派生商品、仕組商品、投資信託、投資資産等）の情報配信・取引・販売促進・広告宣伝に関連して使用してはなりません。

本資料を通じて利用者に提供された情報は、投資に関するアドバイスまたは証券売買の勧誘を目的としておりません。本資料を利用した利用者による一切の行為は、すべて会員自身の責任で行っていただきます。かかる利用及び行為の結果についても、利用者自身が責任を負うものとします。

本資料に関連して利用者が被った損害、損失、費用、並びに、本資料の提供の中断、停止、利用不能、変更及び当社による本規約に基づく利用者の情報の削除、利用者の登録の取消し等に関連して会員が被った損害、損失、費用につき、当社及びデータソース先は賠償又は補償する責任を一切負わないものとします。なお、本項における「損害、損失、費用」には、直接的損害及び通常損害のみならず、逸失利益、事業機会の喪失、データの喪失、事業の中断、その他間接的、特別的、派生的若しくは付随的損害の全てを意味します。

本資料に含まれる全ての著作権等の知的財産権は、特に明示された場合を除いて、当社に帰属します。また、本資料において特に明示された場合を除いて、事前の同意なく、これら著作物等の全部又は一部について、複製、送信、表示、実施、配布（有料・無料を問いません）、ライセンスの付与、変更、事後の使用を目的としての保存、その他の使用をすることはできません。

本資料のコンテンツは、当社によって編集されている可能性があります。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com